

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 330.341.44:338.51

Д.А. Рубан¹*Южный федеральный университет,
г. Ростов-на-Дону, Россия*

КОНЦЕНТРАЦИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ИНФЛЯЦИИ

Аннотация. Малое предпринимательство играет большую роль в современной экономике, однако успешность выполнения им своих функций зависит от внешних условий, в число которых входит и инфляция. Вопрос о возможной связи последней с развитием малого бизнеса на региональном уровне рассматривается в ограниченном числе работ зарубежных и отечественных специалистов. Целью настоящей работы является изучение взаимосвязи между концентрацией региональной активности малых предприятий и проявлениями инфляции. Для примера подробно анализируется ситуация на юге России. Обобщение литературных данных и концептуальная проработка рассматриваемого вопроса. Анализ статистических данных о количестве малых предприятий в регионах юга России в расчете на 10 тыс. человек и индексе потребительских цен за 2005–2014 гг. Концентрация активности малых предприятий находится в зависимости от характера изменения потребительских цен в регионах. Стоит отметить, что высокие инфляционные ожидания в предпринимательском сообществе способствуют тому, что развитие малого бизнеса может приводить к росту цен при экспансии малого бизнеса. На юге России имеет место обратная зависимость между концентрацией региональной активности малых предприятий в регионах юга России и ростом потребительских цен. Если инфляция негативно влияет на сферу малого бизнеса, то Ставропольский край, республики Ингушетия и Северная Осетия – Алания, а также Волгоградская область обладают наилучшими условиями для концентрации активности малых предприятий. Возможно, инфляция оказывается фактором пространственной динамики концентрации региональной активности малых предприятий, которая интенсифицировалась во время кризисных явлений в экономике. В целом меньший рост потребительских цен благоприятен для увеличения концентрации региональной активности малых предприятий. Развитие малого бизнеса требует усилий по минимизации негативного действия роста потребительских цен и разъяснительной работы в предпринимательском сообществе для снижения инфляционных ожиданий.

Ключевые слова: малый бизнес; потребительские цены; инфляционные ожидания; региональная экономика; государственные программы.

Введение

Предпринимательство является одной из основных движущих сил современной экономики. Его сущность, закономерности развития и проблемы подробно описаны в ряде обзорных работ зарубежных и отечественных специалистов, таких как М. Доллинджер [1], Д. Харпер [2], С. Хесселс [3], К. Уильямс и А. Мартинес [4], Э. Андерсон и Э. Расселл [5], а также И.В. Ариничев и Н.Ю. Сайбель [6], А.Н. Асаул [7], А.Е. Кре-

мин [8], Н.А. Латушко [9] и И.К. Шевченко [10]. При этом особое внимание стоит уделять предпринимательству в сфере малого и среднего бизнеса (в англоязычной литературе широко используется аббревиатура *SME*).

¹ Рубан Дмитрий Александрович – Philosophiae Doctor, кандидат геолого-минералогических наук, доцент Высшей школы бизнеса Южного федерального университета, г. Ростов-на-Дону, Россия (344019, г. Ростов-на-Дону, ул. 23-я линия, 43); e-mail: ruban-d@mail.ru.

Специалистами установлено, что малое и среднее предпринимательство развивается в сильной зависимости от экономических условий. В частности, Ю.О. Курбакова, обращаясь к российскому опыту, приходит к выводу, что малое предпринимательство действительно может выполнять важные экономические функции, однако эффективность их реализации находится в тесной зависимости от внешней среды [11]. М. Станевски и др. на примере Польши демонстрируют и своего рода парадокс, заключающийся в том, что расположение предприятий в экономически «отстающих» и инвестиционно непривлекательных регионах стимулирует их инновационность [12], то есть по сути неблагоприятная экономическая среда положительно сказывается на малом и среднем бизнесе. Одним из важнейших параметров, который следует учитывать при характеристике условий становления последнего, является инфляция (автор следует трактовке [13], согласно которой инфляцией считается снижение покупательной способности денег, в чем проявляется макроэкономическая нестабильность). Это тем более справедливо для России, где уровень инфляции сравнительно высок, особенно в период прохождения фаз экономической турбулентности. Подробно факторы развития инфляции в России проанализированы в недавней статье С.А. Курганского [14]; к их числу он относит девальвацию рубля, особенности институциональной среды, рост тарифов естественных монополий, ценовые и инфляционные ожидания и т. д. В работе В.В. Ильяшенко и Л.Н. Куклиной внимание акцентируется на так называемой инфляции издержек, которая играет значительную роль в экономике как страны в целом, так и отдельных субъектов Федерации [15]. Учитывать надо и то, что условия для активности в сфере малого предпринимательства в нашей стране разнятся территори-

ально [16]. В частности, имеет место разный рост потребительских цен в различных субъектах Федерации.

Целью настоящей работы является изучение взаимосвязи между концентрацией региональной активности малых предприятий и проявлениями инфляции. Для иллюстрации и верификации теоретических представлений в качестве примера анализируется ситуация на юге России.

Теоретические представления

Прежде всего определимся с понятиями. Хотя трактовка явления инфляции может быть весьма широкой, в самом общем виде под ним понимается снижение покупательной способности денег, которое проявляется в росте цен [13]. В настоящей работе акцент делается на росте потребительских цен в регионах в годичном выражении, который фиксируется статистически соответствующим показателем (индекс потребительских цен). Хотя региональный рост цен в «классическом» варианте исключается из понятия инфляции [13], здесь он рассматривается в связи с инфляцией как внешнем факторе ведения малого бизнеса. В тех случаях, когда речь идет конкретно о региональных особенностях, используется понятие «региональный рост потребительских цен». В целом принимаем, что региональный рост цен все равно так или иначе следует общей траектории инфляции в стране. Что касается малых предприятий, то они понимаются в соответствии с критериями, установленными Федеральным законом от 24 июля 2007 года № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». Под концентрацией региональной активности малых предприятий будем понимать их количество в регионе, соотнесенное с численностью населения, что также определяется в ходе статистических исследований. Соответствующая величина важна для

того, чтобы определить вовлеченность населения в предпринимательскую деятельность, так как от этого зависит социально-экономический эффект становления малого бизнеса.

Некоторые работы посвящены непосредственно рассмотрению малого предпринимательства в связи с инфляцией. Так, Е.Ю. Пилипенко и А.А. Халафян указывают, что после начала текущего экономического кризиса инфляция оказала заметное влияние на результаты работы малых и средних предприятий, привела к падению их финансовых показателей [17]. Эти специалисты рассматривают данное негативное влияние в качестве предпосылки для оптимизации системы кредитования предприятий. Согласно А.А. Соловьеву, масштабные госзакупки, которые призваны активизировать предпринимательскую деятельность внутри страны, подчас отвлекают усилия, необходимые непосредственно для стимулирования инвестиционной деятельности, столь важной для поддержки малых предприятий в условиях инфляции [18]. Т.Н. Парамонова и др. показывают, что развитие малого и среднего предпринимательства вполне может способствовать снижению продовольственной инфляции, вызванной дефицитом товарного предложения на продовольственном рынке [19]. Южноафриканские специалисты М. Кант и др. установили, что представители малого бизнеса учитывают влияние ряда макроэкономических факторов, включая инфляцию, при установлении цены на собственную продукцию [20], то есть цена изначально учитывает издержки предприятий, связанных с инфляцией. Результаты изучения нигерийского опыта, предпринятого П. Адеее и др., свидетельствуют, что инфляция не входит в число ключевых параметров, которые коммерческие банки учитывают при кредитовании малых и средних предприятий [21]. В таком случае удовлетворение

обращений предпринимателей за кредитами в банки не зависит от действия фактора инфляции, то есть последняя не выступает в качестве значимого фактора получения кредитов. Подобного рода ситуация вряд ли имеет место повсеместно, однако сам факт ее наличия в отдельно взятой стране заслуживает упоминания.

Представленные выше точки зрения отдельных специалистов можно обобщить следующим образом. Во-первых, инфляция негативно влияет (как напрямую, так и косвенно) на развитие малого предпринимательства. Во-вторых, последнее само влияет на инфляцию; при этом она может как поддерживаться, так и ослабляться. В-третьих, сторонними организациями и административными органами роль инфляции в развитии предпринимательской деятельности оценивается различно, в ряде случаев данный фактор по сути игнорируется.

Рассмотрим возможные связи подробнее. Негативное влияние инфляции заключается в том, что малые предприятия вынуждены закупать сырье или приобретать услуги, необходимые для производственной деятельности, по все более высоким ценам с течением времени. Кроме того, они могут столкнуться с получением меньшей финансовой поддержки после снижения покупательной способности денег и, следовательно, обесценивания полученных ранее или оговоренных к получению средств. Наконец, таким предприятиям придется либо сохранять цены на производимую продукцию или оказываемые услуги неизменными в ущерб прибыльности, либо повышать их, что может оттолкнуть потенциальных клиентов, круг которых в условиях малого бизнеса по определению ограничен. Вероятно, лишь малые предприятия, деятельность которых ориентирована на экспорт, будут иметь некоторую выгоду от валютной инфляции.

Сами малые предприятия по отношению к инфляции могут вести себя по-разному; при этом стратегия их может быть как специально выбираемой, «осмысленной», так и в достаточной мере случайной. Последний вариант действий предполагает следование макроэкономическим трендам, то есть адаптацию к текущим условиям инфляции. Первый вариант – это активное противодействие инфляции, что возможно, например, за счет удовлетворения спроса на рынке на определенные товары и услуги, решение проблемы импортозамещения, обеспечения работой населения и соответствующего стимулирования потребительского спроса. Активная конкуренция между малыми предприятиями должна способствовать снижению или, по крайней мере, сдерживанию цен. Однако возможна ситуация, когда малые предприятия сами способствуют инфляции за счет, во-первых, необоснованного повышения цен на производимые товары и оказываемые услуги и, во-вторых, эффекта высоких инфляционных ожиданий. Последнее само по себе провоцирует необоснованное повышение цен. Как говорится в работе С.А. Курганского, высокие инфляционные ожидания весьма типичны для российского предпринимательского сообщества. Это создает крайне неблагоприятную почву для того, чтобы малые предприятия сами способствовали инфляции, пусть даже спустя некоторое время такое их поведение становится нерациональным [14]. При этом представляется, что государству легче регулировать ценообразование крупными корпорациями, чем организациями сферы малого бизнеса.

С учетом вышесказанного, стоит предполагать, что концентрация активности малых предприятий находится в зависимости от характера изменения потребительских цен в регионах. Однако такая зависимость не может быть прямой. С одной стороны, регионы

с большими темпами роста цен менее благоприятны для малого предпринимательства, и в них можно ожидать меньшей вовлеченности населения в соответствующую сферу бизнеса. С другой стороны, при большой концентрации малых предприятий в условиях высоких инфляционных ожиданий можно ожидать большего роста потребительских цен на товары и услуги, хотя при острой конкуренции и выгоды стратегии снижения цен эффект будет обратным. Все это способствует множественности возможных интерпретаций связей между концентрацией региональной активности малых предприятий и инфляцией.

Материал и методика

Объектом исследования являются южные регионы России. Данная территория выбрана потому, что отличается спецификой и разнородностью социально-экономических условий, но при этом единым вектором развития, как это показано в работах А.Ш. Ахмедуева [22, 23], Г.А. Виноходовой и Н.В. Лихолетовой [24], Н.А. Латушко [25]. Малое предпринимательство исторически играло большую роль в экономике юга России, и, как акцентируется в другой работе А.Ш. Ахмедуева [26], оно может стать важным драйвером развития уже в ближайшие годы, помочь преодолению сложившихся трудностей в отдельных регионах. Особенности малого бизнеса на юге России в целом и отдельных регионах рассматриваются в недавних статьях З.З. Абдулаевой [27], Э.Б. Бабалян [28], Т.П. Барановской и др. [29], С.А. Коробова [30], М.А. Локтионовой [31], Г.С. Мараховской и В.С. Германовой [32], Я.В. Мещеряковой и С.Б. Жабиной [33], В.П. Насыбулиной и В.Э. Гарьковенко [34], В.Д. Небесского [35], Е.В. Самаевой и др. [36], Л.А. Темирсултановой и И.Д. Сальмурзаевой [37]. Н.Ф. Илларионова в своей работе отмечала влияние инфляции на развитие малого

и среднего бизнеса на данной территории [38]. В частности, сравнительно высокий уровень инфляции указывается в качестве причин снижения численности работников малых и средних предприятий, сокращения объема инвестиций в основной капитал последних, снижение оборота. Данный специалист обращает внимание на необходимость как финансовой, так и всесторонней административной поддержки данного сектора экономики со стороны государства для минимизации негативного действия таких факторов как инфляция.

Для проведения анализа концентрации региональной активности малых предприятий на юге России в условиях роста потребительских цен используется доступная к настоящему времени статистическая информация Росстата за 10 лет (2005–2014)². Отметим, что анализируемые данные огра-

ничены 2014 г., так как значительная экономическая турбулентность в последующие годы определенно наложила отпечаток на анализируемые взаимосвязи, что сложно анализировать (в том числе и по причине незавершенности выхода из кризиса и отсутствия информации о деятельности малых предприятий и изменениях потребительских цен для соответствующей стадии развития).

Для каждого из регионов Южного и Северо-Кавказского федеральных округов (за исключением Республики Крым и г. Севастополь, которые вошли в состав первого из названных округов только в 2016 г.) рассматриваются такие параметры, как количество малых предприятий в расчете на 10 тыс. чел. населения (табл. 1) и индекс потребительских цен. Для удобства анализа, во-первых, определено изменение ко-

Таблица 1

Концентрация региональной активности малых предприятий на юге России
(рассчитано автором по данным Росстата³)

Регион	Количество малых предприятий в расчете на 10 000 чел.									
	‘05	‘06	‘07	‘08	‘09	‘10 ⁴	‘11	‘12	‘13	‘14
Республика Адыгея	50	48	50	68	74	74	82	82	84	88
Республика Калмыкия	10	17	17	21	22	22	31	31	36	39
Краснодарский край	70	69	68	82	104	104	103	103	109	115
Астраханская область	39	50	54	72	59	59	86	89	90	98
Волгоградская область	54	56	57	107	102	102	96	105	109	112
Ростовская область	68	73	75	79	110	110	128	132	129	128
Республика Дагестан	19	17	14	15	15	15	19	26	26	23
Республика Ингушетия	10	12	26	33	33	33	19	30	60	78
Кабардино-Балкарская Республика	26	27	30	42	40	40	49	50	51	50
Карачаево-Черкесская Республика	39	40	47	50	57	57	53	54	79	78
Республика Северная Осетия – Алания	27	23	28	36	55	55	70	88	92	82
Чеченская Республика	1	2	3	35	39	39	53	47	39	41
Ставропольский край	46	46	45	47	50	50	81	79	81	84

² URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 29.09.2017).

³ URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 29.09.2017).

⁴ Данные Росстата по данному показателю за 2010 г. (опубликованы в 2011 г.) приводятся по состоянию на 2009 г.

личества малых предприятий в расчете на 10 тыс. чел. в сравнении с предыдущим годом (табл. 2), а, во-вторых, индекс роста цен приведен к уровню 2004 г. для каждого из годов рассматриваемого интервала (табл. 3).

Анализ заключается в изучении трендов изменения концентрации региональной активности малых предприятий и значений кумулятивного показателя роста потребительских цен на юге России, их сопоставлении, а также качественной интерпретации имеющейся информации. Кроме того, внимание обращается на пространственную динамику концентрации региональной активности малых предприятий. Она характеризует изменчивость данного показателя с течением времени в пределах юга России. Действительно, в одни годы эта концентрация оказывалась большей в одних регио-

нах, а в другие годы – в других регионах. При этом интенсивность этих изменений в пределах всей анализируемой территории, очевидно, должна была в той или иной степени отличаться для разных отрезков времени. Чтобы охарактеризовать такого рода динамику можно использовать специальный показатель $Dase$, рассчитываемый по следующей формуле:

$$Dase = 1 - R,$$

где R – коэффициент парной корреляции, определяемый для двух последовательных пар лет (аналогичный подход использовался автором в других исследованиях [39, 40]).

Смысл подобных расчетов заключается в том, что коэффициент парной корреляции позволяет оценить зависимость между двумя выборками, что в данном случае условно

Таблица 2

Изменения концентрации региональной активности малых предприятий на юге России (рассчитано автором по данным Росстата⁵)

Регион	Изменение количества малых предприятий в расчете на 10000 чел. в сравнении с предыдущим годом в %%									
	‘05	‘06	‘07	‘08	‘09	‘10	‘11	‘12	‘13	‘14
Республика Адыгея	-	-4	4	36	9	0	11	0	2	5
Республика Калмыкия	-	70	0	24	5	0	41	0	16	8
Краснодарский край	-	-1	-1	21	27	0	-1	0	6	6
Астраханская область	-	28	8	33	-18	0	46	3	1	9
Волгоградская область	-	4	2	88	-5	0	-6	9	4	3
Ростовская область	-	7	3	5	39	0	16	3	-2	-1
Республика Дагестан	-	-11	-18	7	0	0	27	37	0	-12
Республика Ингушетия	-	20	117	27	0	0	-42	58	100	30
Кабардино-Балкарская Республика	-	4	11	40	-5	0	23	2	2	-2
Карачаево-Черкесская Республика	-	3	18	6	14	0	-7	2	46	-1
Республика Северная Осетия – Алания	-	-15	22	29	53	0	27	26	5	-11
Чеченская Республика	-	100	50	1067	11	0	36	-11	-17	5
Ставропольский край	-	0	-2	4	6	0	62	-2	3	4

⁵ URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 29.09.2017).

означает сходство в распределении концентрации региональной активности малых предприятий по регионам юга России. Если это сходство велико, то изменения между двумя годами было незначительным. Напротив, отсутствие сходства, определяемое отрицательными значениями R , означает интенсивность произошедших изменений. Вполне очевидно, что значения $Dase$ изменяются в пределах от 0 (отсутствие изменений) до 2 (тотальные изменения). При этом вполне ожидаемо, что в кратко- и среднесрочной перспективе пространственная динамика концентрации региональной активности малых предприятий не может быть значительной, а значения $Dase$ будут близки к нулевым и вряд ли превысят 0,2–0,3.

Результаты

Как можно увидеть, концентрация региональной активности малых предприятий

на юге России в течение 10 лет в целом увеличивалась (табл. 1). Это говорит об усилении вовлеченности населения в предпринимательскую деятельность. Однако в разных регионах этот процесс проявлялся по-разному. Последовательный рост имел место только в Республике Калмыкия; позитивные тренды (хотя и с «локальными» отклонениями от них) были также характерны для республик Адыгея и Северная Осетия – Алания (табл. 2). В остальных субъектах Федерации рост был чуть менее последовательным, хотя тенденция к нему все равно проявлялась достаточно четко. При этом любопытно отметить, что в регионах с большей концентрацией активности малых предприятий рост их числа происходил менее упорядочено. Регионов, которые бы демонстрировали направленное уменьшение концентрации региональной активности малых предприятий, не выявлено,

Таблица 3

Индекс потребительских цен на юге России
(рассчитано автором по данным Росстата⁶)

Регион	Кумулятивный показатель роста потребительских цен									
	‘05	‘06	‘07	‘08	‘09	‘10	‘11	‘12	‘13	‘14
Республика Адыгея	1,12	1,21	1,35	1,55	1,68	1,85	1,97	2,10	2,24	2,50
Республика Калмыкия	1,11	1,22	1,40	1,62	1,74	1,96	2,10	2,26	2,43	2,70
Краснодарский край	1,12	1,23	1,37	1,55	1,70	1,84	1,97	2,10	2,25	2,52
Астраханская область	1,14	1,27	1,45	1,64	1,79	1,97	2,07	2,19	2,34	2,59
Волгоградская область	1,15	1,25	1,40	1,58	1,72	1,88	1,98	2,11	2,22	2,49
Ростовская область	1,13	1,23	1,39	1,59	1,74	1,90	2,02	2,15	2,30	2,57
Республика Дагестан	1,11	1,20	1,38	1,59	1,78	2,03	2,16	2,32	2,43	2,68
Республика Ингушетия	1,16	1,28	1,41	1,64	1,84	1,95	2,03	2,13	2,23	2,41
Кабардино-Балкарская Республика	1,14	1,23	1,37	1,60	1,76	1,96	2,09	2,27	2,44	2,65
Карачаево-Черкесская Республика	1,12	1,24	1,42	1,63	1,80	2,01	2,11	2,24	2,40	2,65
Республика Северная Осетия – Алания	1,11	1,24	1,38	1,58	1,71	1,90	2,00	2,13	2,26	2,49
Чеченская Республика	1,10	1,20	1,39	1,67	1,87	2,10	2,26	2,39	2,54	2,83
Ставропольский край	1,11	1,20	1,35	1,55	1,69	1,86	1,93	2,05	2,19	2,38

⁶ URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 29.09.2017).

что говорит о благополучности обстановки на юге России в этом аспекте экономического развития.

За 10 лет произошла некоторая дифференциация регионов по росту потребительских цен (табл. 3). Если в Волгоградской области, республиках Ингушетия и Северная Осетия – Алания и Ставропольском крае он не превысил 2,5 раза, то в республиках Калмыкия, Дагестан и Чеченской Республике он произошел в 2,7–2,8 раза и даже более. В Республике Калмыкия рост потребительских цен оставался выше, чем в других регионах юга России на протяжении практически всего рассматриваемого временного интервала, тогда как в Республике Дагестан и Чеченской Республике его сильное увеличение произошло главным образом в период кризисных явлений конца 2000-х гг.

Регионами юга России с наибольшей концентрацией активности малых предприятий являются (в порядке убывания) Ростовская область, Краснодарский край и Волгоградская область (табл. 1). Эти субъекты Федерации лидировали на протяжении всего десятилетия, изредка меняясь местами между собой. Концентрация активности в них менялась нелинейно (табл. 2). Рост потребительских цен в этих регионах был сравнительно невысоким (табл. 3). Медианное значение индекса потребительских цен в 2014 г. в приведении к 2004 г. для всего юга России равно 2,57, что соответствует значению для Ростовской области; значения для Краснодарского края оказываются ниже, а Волгоградская область вообще входит в числе регионов юга России с наименьшим ростом цен. Регионами с наименьшей концентрацией активности малых предприятия являются (в порядке возрастания) республики Дагестан, Калмыкия и Чеченская Республика (табл. 1). В самом начале рассматриваемого интервала к их числу относилась также Республика Ингушетия, однако вскоре ситуация в сфере

малого бизнеса там значительно улучшилась. Концентрация активности в указанных трех субъектах Федерации менялась нелинейно, за исключением Республики Калмыкия, где она возрастала, пусть даже и прерывисто (табл. 2). Все три региона характеризуются наибольшим на юге России ростом потребительских цен (табл. 3). При медианном значении индекса потребительских цен в 2014 г. в приведении к 2004 г. для всего юга России равно 2,57 значение для Чеченской Республики оказывается равным 2,83, для Республики Калмыкия – 2,70, для Республики Дагестан – 2,68.

Теперь проанализируем регионы, которые лучше всех демонстрировали тенденцию к увеличению концентрации активности малых предприятий. Как сказано выше, к их числу относятся Республика Калмыкия и в меньшей степени республики Адыгея и Северная Осетия – Алания. Имеющиеся данные свидетельствуют, что две последних входят в число регионов с наименьшим ростом потребительских цен в течение десятилетия. Если медианное значение индекса потребительских цен в 2014 г. в приведении к 2004 г. равно 2,57, то для указанных регионов оно составляет 2,49–2,50 (табл. 3). Однако принципиальным исключением оказывается именно Республика Калмыкия, где рост цен был весьма значительным, существенно выше медианного значения для юга России. При этом вполне очевидно, что концентрация активности малых предприятий в республиках Адыгея и Северная Осетия – Алания вдвое больше, чем в Республике Калмыкия.

Отметим также, что кризисные явления конца 2000-х гг. привели к уменьшению концентрации региональной активности малых предприятия лишь в трех регионах (Астраханская и Волгоградская области и Кабардино-Балкарская Республика), тогда как в 2014 г. уменьшение этого показателя имело место в пяти регионах (Ростовская

область, республики Дагестан и Северная Осетия – Алания, а также Кабардино-Балкарская и Карачаево-Черкесская Республики) (табл. 2). Здесь небезынтересным будет обнаружить, что Астраханская и Волгоградская области входили до 2009 г. в число субъектов Федерации с повышенными темпами роста потребительских цен, а из следующих пяти регионов во всех (кроме Республики Северная Осетия – Алания) индекс роста потребительских цен в 2013 г. был выше или равен медианному значению.

Пространственная динамика концентрации региональной активности малых предприятий на юге России вполне ожидаемо оказывается предельно слабой (табл. 4). Это означает, что эта концентрация распределялась по регионам Южного и Северо-Кавказского федеральных кругов примерно одинаково на протяжении всего анализируемого временного интервала. Однако стоит обратить внимание на отрезок времени с 2007 по 2011 г. По сути своей он является разнородным, включая развитие кризисных явлений в экономике и последующего восстановления. Вполне очевидно, что или разная готовность к экономической турбулентности сферы малого предпринимательства в регионах юга России предопределила пространственные смещения концентрации активности малых предприятий, или речь

идет о различной интенсивности воздействия кризисных триггеров в конкретных регионах.

Обсуждение результатов

Сделанные выше на основе статистических данных наблюдения могут быть интерпретированы следующим образом.

Во-первых, налицо обратная зависимость между концентрацией региональной активности малых предприятий в регионах юга России и ростом потребительских цен, в целом вызванных инфляцией в стране. Это позволяет предполагать, что либо более высокая степень развития сферы малого бизнеса вносит определенный вклад в сдерживание роста цен за счет более интенсивной конкуренции, делающей постоянное повышение цен на товары и услуги невыгодным, либо умеренный рост цен снижает «нагрузку» на малые предприятия, которые развиваются более активно. Возможно, оба предположения верны.

Во-вторых, долговременная выдержанность тенденции к увеличению концентрации региональной активности малых предприятий неоднозначно связана с характером роста потребительских цен. Пример Республики Калмыкия говорит о том, что наличие такой тенденции само по себе не способствует сдерживанию роста цен, тог-

Таблица 4

Пространственная динамика концентрации региональной активности малых предприятий на Юге России (рассчитано автором)

Сравниваемые годы	Значение показателя Dase
2005 v 2006	0,017
2006 v 2007	0,019
2007 v 2008	0,146
2008 v 2009	0,075
2010 v 2011	0,078
2011 v 2012	0,018
2012 v 2013	0,051
2013 v 2014	0,021

да как последний, напротив, вполне может сдерживать экспансию малого бизнеса.

В-третьих, турбулентность в экономике оказывает влияние на концентрацию региональной активности малых предприятий в регионах, для которых чаще характерен более значительный рост потребительских цен в предшествовавшие годы. Следовательно, рост потребительских цен целесообразно рассматривать в качестве дополнительного фактора, усиливающего негативное действие экономического кризиса на сферу малого бизнеса. Стоит понимать, что сделанные выше заключения носят предварительный характер и описывают лишь возможные взаимосвязи. Однако для окончательных выводов в перспективе потребуется проведение макроэкономических исследований, учитывающих гораздо большее число параметров.

Теперь проанализируем ситуацию в регионах юга России на основе гипотез, вытекающих из представленного выше концептуального анализа.

Гипотеза 1: инфляция негативно влияет на сферу малого бизнеса. В таком случае Ставропольский край, республики Ингушетия и Северная Осетия – Алания, а также Волгоградская область, для которых рост потребительских цен за 10 лет был наименьшим (табл. 3), обладают наилучшими условиями для концентрации активности малых предприятий на юге России.

Гипотеза 2: развитие сферы малого бизнеса способствует снижению инфляции за счет интенсивной конкуренции между участниками рынка при сравнительно меньшем распространении инфляционных ожиданий. При этом кажется логичным предполагать, что такие ожидания ниже там, где в долгосрочной перспективе инфляция была меньшей. В таком случае в республиках Адыгея и Северная Осетия – Алания, а также ряде других субъектов Федерации (табл. 1, 3) существуют предпосылки для

борьбы с ростом потребительских цен за счет поддержки уже существующих малых предприятий.

Гипотеза 3: развитие сферы малого бизнеса способствует росту инфляции при значительном распространении инфляционных ожиданий. При этом кажется логичным предполагать, что такие ожидания выше там, где в долгосрочной перспективе инфляция была большей. Это касается целого ряда регионов юга России (табл. 3). Что касается Республики Калмыкия, то нельзя исключать, что сравнительно высокий рост потребительских цен в течение последнего десятилетия вполне мог сформировать такие инфляционные ожидания, которые не только распространяются при увеличении концентрации активности малых предприятий, но и сдерживают это увеличение.

Все представленные выше выводы были сделаны путем сопоставления статистических данных о росте потребительских цен и концентрации малых предприятий в отдельных регионах. При обсуждении корректности этих выводов требуется использовать корреляционный анализ. Значения коэффициента корреляции, рассчитанного для ежегодного измеряемых индекса потребительских цен и концентрации активности малых предприятий в регионах юга России, свидетельствуют о наличии обратной связи, выраженной более или менее сильно (табл. 5). Среди регионов с сильно выраженной связью – республики Ингушетия и Калмыкия. В целом результаты корреляционного анализа подтверждают корректность сделанных в настоящей работе заключений, однако лишь условно. Связано это с влиянием различных особенностей экономических систем регионов юга России (разный вклад малых и средних предприятий в экономику региона, разные механизмы поддержки малого предпринимательства государственными структурами и т. п.). Более того, инфляция не может быть

единственным фактором концентрации региональной активности малых предприятий. В этой связи даже условное подтверждение сделанных заключений результатами корреляционного анализа можно считать достаточным.

Стоит также добавить, что анализ пространственной динамики концентрации региональной активности малых предприятий на юге России, который выявил некоторое ее усиление на временном отрезке развития кризисных явлений, отражает в том числе и влияние прослеженных взаимосвязей между развитием сферы малого бизнеса и инфляцией. Это связано с тем, что инфляция, как обнаруживается, может рассматриваться в качестве одного из триггеров, определяющих состояние сферы малого бизнеса. Ее различие по регионам вполне могло способствовать разной реакции данной сферы и, следовательно, изменениям в распределении изучаемой концентрации на юге России.

Заключение

В целом на основании проведенного исследования могут быть сделаны следующие общие выводы. Во-первых, существует взаимосвязь между развитием сферы малого бизнеса и инфляцией. Во-вторых, меньший рост потребительских цен благоприятен для увеличения концентрации региональной активности малых предприятий. В-третьих, инфляция вполне могла оказать влияние на усиление пространственной динамики концентрации региональной активности малых предприятий на юге России на кризисном интервале.

Сказанное выше предопределяет практическую значимость результатов проведенного исследования. Прежде всего это касается разработчиков государственных программ регионального экономического развития, которым необходимо решить ряд задач. Во-первых, требуется обозначить механизмы поддержки малого бизнеса, которые бы минимизировали негативное действие ин-

Таблица 5

Корреляция ежегодных значений индекса потребительских цен и концентрации региональной активности малых предприятий на юге России
(рассчитано автором)

Регион	Значение коэффициента корреляции
Республика Адыгея	-0,45
Республика Калмыкия	-0,57
Краснодарский край	-0,46
Астраханская область	-0,53
Волгоградская область	-0,36
Ростовская область	-0,37
Республика Дагестан	-0,37
Республика Ингушетия	-0,75
Кабардино-Балкарская Республика	-0,37
Карачаево-Черкесская Республика	-0,60
Республика Северная Осетия – Алания	-0,39
Чеченская Республика	-0,28
Ставропольский край	-0,50

фляции. Одно из этого может оказаться достаточно для успешного развития данной сферы. Во-вторых, необходимо предусмотреть регулярное проведение мероприятий, направленных на снижение инфляционных ожиданий среди представителей малого бизнеса. Это сделает эту сферу менее зависимой от внешнего негативного действия и поможет борьбе с ростом потребительских цен. В этом плане показательна долгосрочная краевая целевая программа «Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства в Краснодарском крае на 2013–2017 годы», утвержденная Постановлением главы администрации (губернатора) Краснодарского края от 4.06.2012 г. № 606⁷. Среди заявленных там мероприятий фигурирует разъяснительная работа, повышение грамотности представителей малого бизнеса, что видится вполне оправданным (однако инфляция/рост потребительских цен в данной программе не упо-

минаются). В-третьих, необходимо установление для каждого конкретного региона целевых ориентиров касательно концентрации региональной активности малых предприятий. Сделанные в настоящей работе заключения также имеют значение для предпринимателей и потенциальных инвесторов малых предприятий. Вполне очевидно, что соответствующий бизнес им проще будет начинать в тех субъектах Федерации, где число малых предприятий сравнительно велико, а рост потребительских цен не высок. Помимо прочего, такая ситуация является и своего рода гарантией более или менее стабильной ситуации на региональном рынке при прохождении фазы экономически кризисов. Для регионов с иной, менее благоприятной ситуацией, для предпринимателей и инвесторов становятся очевидными дополнительные риски, с которыми стоит бороться. В целом развитие малого бизнеса требует усилий по минимизации негативного действия роста потребительских цен и разъяснительной работы в предпринимательском сообществе для снижения инфляционных ожиданий.

⁷ URL: <http://krasnodar.pmp.gkr.su/registry/program/srf/03,723065/> (дата обращения: 29.09.2017).

Список использованных источников

1. Dollinger M.J. Entrepreneurship: Strategies and Resources. Lombard: Marsh Publications, 2008. 589 p.
2. Harper D.A. Foundations of Entrepreneurship and Economic Development. London: Routledge, 2003. 276 p.
3. Hessels S.J.A. International Entrepreneurship: Value Creation Across National Borders. Rotterdam: Erasmus University, 2008. 300 p.
4. Williams C.C., Martinez A. Entrepreneurship in the Informal Economy: A Product of too Much or too Little State Intervention? // International Journal of Entrepreneurship and Innovation. 2014. Vol. 15. P. 227–237.
5. Anderson A.R., Russell E.O. Self-Regulation: A Strategic Alternative for Small Firms? // Journal of Business Strategy. 2011. Vol. 32. P. 42–47.
6. Ариничев И.В., Сайбель Н.Ю. Оценка кредитоспособности субъектов малого предпринимательства // Финансы и кредит. 2017. № 31. С. 1878–1892.
7. Асаул А.Н. Организация предпринимательской деятельности. СПб.: АНО ИПЭВ, 2009. 336 с.
8. Кремин А.Е. Оценка влияния функционирования малого предпринимательства на экономику муниципального образования // Проблемы развития территории. 2017. № 1. С. 59–77.
9. Латушко Н.А. Малое и среднее предпринимательство: современное состояние и перспективы развития в условиях ресурсных ограничений. Ростов-на-Дону: Содействие – XXI век, 2016. 128 с.

10. Шевченко И.К. Организация предпринимательской деятельности. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2004. 92 с.
11. Курбакова Ю.О. Малое предпринимательство в современной России: теоретические аспекты и практика // Вестник Таганрогского института управления и экономики. 2015. № 1. С. 57–64.
12. Staniewski M.W., Nowacki R., Awruk K. Entrepreneurship and Innovativeness of Small and Medium-Sized Construction Enterprises // International Entrepreneurship and Management Journal. 2016. Vol. 12. P. 861–877.
13. Кульков В.М., Теняков И.М. Макроэкономика. М.: Юрайт, 2014. 375 с.
14. Курганский С.А. Факторы инфляции в России в 2016 году // Известия Байкальского государственного университета. 2016. № 2. С. 229–241.
15. Ильяшенко В.В., Куклина Л.Н. Инфляция в современной России: теоретические основы, особенности проявления и региональный аспект // Экономика региона. 2017. № 2. С. 434–445.
16. Bakanach O.V., Dubrova T.A., Esenin M.A., Blinova S.V. Small Entrepreneurship in Russia: Development Trends, Structural Changes, Rating Assessment of Regions // International Review of Management and Marketing. 2016. Vol. 6. P. 227–234.
17. Пилипенко Е.Ю., Халафян А.А. Математическая модель определения параметров кредитования с учетом финансового состояния предприятий малого и среднего бизнеса // Фундаментальные исследования. 2015. № 2-19. С. 4178–4183.
18. Соловьев А.А. Макроэкономическая стабильность как фактор развития малого и среднего предпринимательства // Труд и социальные отношения. 2015. № 5. С. 44–54.
19. Парамонова Т.Н., Урясьева Т.И., Рамазанов И.А. Продолевательная инфляция в России и пути ее преодоления // Практический маркетинг. 2016. № 6. С. 34–40.
20. Cant M.C., Wiid J., Sephapo C.M. Key Factors Influencing Pricing Strategies for Small Business Enterprises (SMEs): Are They Important? // Journal of Applied Business Research. 2016. Vol. 32. P. 1737–1750.
21. Adeyeye P.O., Azeez B.A., Aluko O.A. Determinants of Small and Medium Scale Enterprises Financing by the Banking Sector in Nigeria: A Macroeconomic Perspective // Investment Management and Financial Innovations. 2016. Vol. 13. P. 170–175.
22. Ахмедуев А.Ш., Рабаданова К.А. Инновационные детерминанты развития и конкурентоспособности экономики регионов Северного Кавказа // Вестник Дагестанского государственного университета. Серия 2: Общественные науки. 2015. № 5. С. 62–69.
23. Ахмедуев А.Ш. Проблемы и стратегические приоритеты социально-экономического развития субъектов Северо-Кавказского федерального округа России // Региональная экономика: теория и практика. 2015. № 34. С. 14–29.
24. Виноходова Г.А., Лихолетова Н.В. Стратегическое планирование социально-экономического развития регионов Юга России: проблемы и пути решения // Вестник Таганрогского института управления и экономики. 2015. № 1. С. 13–21.
25. Латушко Н.А. Стратегический вектор регионального развития Южного федерального округа // Социальная политика и социология. 2014. № 3. С. 30–37.
26. Ахмедуев А.Ш. Проблемы и перспективные направления развития малого предпринимательства в регионе // Региональная экономика: теория и практика. 2015. № 40. С. 33–44.
27. Абдулаева З.З. Развитие малого предпринимательства и занятости населения в приоритетных отраслях экономики субъектов СКФО // Региональ-

- ные проблемы преобразования экономики. 2016. № 1. С. 124–130.
28. Бабалян Э.Б. Тенденции социально-экономического развития Республики Адыгея и роль малого бизнеса в повышении его устойчивости // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. 2015. № 4. С. 83–88.
29. Барановская Т.П., Вострокнутов А.Е., Кубрак Ю.О. Оценка развития малого бизнеса Краснодарского края и анализ проблем их функционирования и управления // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2016. № 122. С. 1217–1232.
30. Коробов С.А. Стратегические направления развития малого и среднего предпринимательства в Волгоградской области // Региональная экономика. Юг России. 2016. № 2. С. 71–78.
31. Локтионова М.А. Развитие малого бизнеса в Ставропольском крае // Вестник СевКавГТИ. 2016. № 3. С. 28–32.
32. Мараховская Г.С., Германова В.С. Особенности развития малого предпринимательства в Ставропольском крае // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. 2016. № 6. С. 106–109.
33. Мещерякова Я.В., Жабина С.Б. Оценка состояния предпринимательской среды Волгоградской области // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. 2016. № 2. С. 45–50.
34. Насыбулина В.П., Гарьковенко В.Э. Развитие малого и среднего бизнеса в Южном федеральном округе на современном этапе // Сфера услуг: инновации и качество. 2015. № 20. С. 9–12.
35. Небесский В.Д. Актуальные проблемы ускоренного развития малого бизнеса в регионах Северного Кавказа // Вестник АПК Ставрополья. 2016. № S3. С. 109–113.
36. Самаева Е.В., Казакова Г.Я., Мушаева Д.С., Даваасурэн С.Г. Вектор развития малого и среднего предпринимательства в Республике Калмыкия // Экономика и предпринимательство. 2016. № 12-1. С. 1210–1213.
37. Темирсултанова Л.А., Сальмурзаева И.Д. Малый бизнес в Чеченской Республике: экономический аспект // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. 2017. № 46-1. С. 50–57.
38. Илларионова Н.Ф. Тенденции развития малого и среднего предпринимательства в промышленности региона // Вестник Донского государственного аграрного университета. 2015. № 3-2. С. 24–29.
39. Рубан Д.А. Пространственная динамика региональной инновационной активности в России: анализ основных трендов // Известия ВУЗов. Серия «Экономика, финансы и управление производством». 2015. № 3. С. 42–47.
40. Рубан Д.А. Пространственная динамика затрат на технологические инновации как внутренний фактор построения инновационной экономики в России // Новые технологии. 2017. № 1. С. 93–97.

Ruban D.A.

*Southern Federal University,
Rostov-on-Don, Russia*

REGIONAL ACTIVITY CONCENTRATION OF SMALL ENTERPRISES IN CONDITIONS OF INFLATION

Abstract. Small businesses play a big role in the modern economy, but efficient fulfillment of their functions depends on external conditions, and, particularly, on inflation. The question of a possible link between the latter and small business development at a regional level is discussed only in a limited number of works by foreign and Russian experts. An objective of the present work is to study a possible relationship between regional activity concentration of small enterprises and manifestations of inflation. The situation in the Russian South is evaluated as a case study. The available literature is summarized and the issue is conceptually investigated. Statistical data on the number of small enterprises in the regions of the Russian south per 10,000 persons of population and in the consumer price index for 2005–14 are analyzed. The activity concentration of small enterprises depends on the nature of consumer price changes in a region. It should be noted that expectations of high inflation in the business community spur price growth in case of small business expansion. An inverse relation between the regional activity concentration of small enterprises and growing consumer prices occurs in the Russian south. If inflation influences negatively the sphere of small business, the Stavropol Region, the republics of Ingushetia and North Ossetia (Alania) and the Volgograd Region have the best conditions for the activity concentration of small enterprises. It is possible that inflation is a factor of the spatial dynamics of regional activity concentration of small enterprises that intensifies at a time of economic crises. Generally, lower acceleration of consumer prices appears to be favourable for an increase in regional activity concentration of small enterprises. Small business development requires efforts aimed at the minimization of the negative influence of consumer prices acceleration, as well as explanatory work for curtailing expectations of inflation growth in entrepreneurial community.

Key words: small business; customer prices; inflation attitudes; regional economy; state programs.

References

1. Dollinger, M.J. (2008). *Entrepreneurship: Strategies and Resources*. Lombard, Marsh Publications, 589.
2. Harper, D.A. (2003). *Foundations of Entrepreneurship and Economic Development*. London, Routledge, 276.
3. Hessels, S.J.A. (2008). *International Entrepreneurship: Value Creation Across National Borders*. Rotterdam, Erasmus University, 300.
4. Williams, C.C., Martinez, A. (2014). Entrepreneurship in the Informal Economy: A Product of too Much or too Little State Intervention? *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, Vol. 15, 227–237.
5. Anderson, A.R., Russell, E.O. (2011). Self-Regulation: A Strategic Alternative for Small Firms? *Journal of Business Strategy*, Vol. 32, 42–47.

6. Arinichev, I.V., Saybel', N.Yu. (2017). Otsenka kreditosposobnosti sub»ektov malogo predprinimatel'stva (Evaluation of crediting ability of small entrepreneurship). *Finansy i Kredit (Finance and Credit)*, No. 31, 1878–1892.
7. Asaul, A.N. (2009). *Organizatsiya predprinimatel'skoy deyatel'nosti (Organization of entrepreneurial activity)*. Saint-Petersburg, ANO IPEV, 336.
8. Kremin, A.E. (2017). Otsenka vliyaniya funktsionirovaniya malogo predprinimatel'stva na ekonomiku munitsipal'nogo obrazovaniya (Evaluation of the influence of functioning of small entrepreneurship on economy of small municipal unit). *Problemy razvitiya territorii (Problems of territorial development)*, No. 1, 59–77.
9. Latushko, N.A. (2016). *Maloe i srednee predprinimatel'stvo: sovremennoe sostoyanie i perspektivy razvitiya v usloviyakh resursnykh ogranicheniy (Small and medium entrepreneurship: current state and perspectives of development in conditions of resource limitations)*. Rostov-on-Don, Sodeystvie – XXI vek, 128.
10. Shevchenko, I.K. (2004). *Organizatsiya predprinimatel'skoy deyatel'nosti (Organization of entrepreneurial activity)*. Taganrog, TRTU, 92.
11. Kurbakova, Yu.O. (2015). Maloe predprinimatel'stvo v sovremennoy Rossii: teoreticheskie aspekty i praktika (Small entrepreneurship in modern Russian: theoretical aspects and practice). *Vestnik Taganrogskego instituta upravleniya i ekonomiki (Herald of the Taganrog Institute of Management and Economics)*, No. 1, 57–64.
12. Staniewski, M.W., Nowacki, R., Awruk, K. (2016). Entrepreneurship and Innovativeness of Small and Medium-Sized Construction Enterprises. *International Entrepreneurship and Management Journal*, Vol. 12, 861–877.
13. Kul'kov, V.M., Tenyakov, I.M. (2014). *Makroekonomika (Macroeconomics)*. Moscow, Yurayt, 375.
14. Kurganskiy, S.A. (2016). Faktory inflyatsii v Rossii v 2016 godu (Factors of inflation in Russian in 2016). *Izvestiya Baykal'skogo gosudarstvennogo universiteta (Proceedings of Baikal State University)*, No. 2, 229–241.
15. Il'yashenko, V.V., Kuklina, L.N. (2017). Inflatsiya v sovremennoy Rossii: teoreticheskie osnovy, osobennosti proyavleniya i regional'nyy aspekt (Inflation in modern Russia: theoretical foundations, peculiarities of appearance and regional aspect). *Ekonomika regiona (Economy of the Region)*, No. 2, 434–445.
16. Bakanach, O.V., Dubrova, T.A., Esenin, M.A., Blinova, S.V. (2016). Small entrepreneurship in Russia: Development trends, structural changes, rating assessment of regions. *International Review of Management and Marketing*, Vol. 6, 227–234.
17. Pilipenko, E.Yu., Khalafyan, A.A. (2015). Matematicheskaya model' opredeleniya parametrov kreditovaniya s uchetom finansovogo sostoyaniya predpriyatiy malogo i srednego biznesa (A mathematical model of determinatino of parameters of crediting with account of financial state of enterprises of small and medium business). *Fundamental'nye issledovaniya (Fundamentall Research)*, No. 2-19, 4178–4183.
18. Solov'ev, A.A. (2015). Makroekonomicheskaya stabil'nost' kak faktor razvitiya malogo i srednego predprinimatel'stva (Macroeconomical

- stability as a factor of development of small and medium entrepreneurship). *Trud i sotsial'nye otnosheniya (Labour and Social Relations)*, No. 5, 44–54.
19. Paramonova, T.N., Uryas'eva, T.I., Ramazanov, I.A. (2016). Prodo-
vol'stvennaya inflyatsiya v Rosii i
puti ee preodoleniya (Food inflation in
Russia and the ways of its prohibition).
*Prakticheskiy marketing (Practical
marketing)*, No. 6, 34–40.
 20. Cant, M.C., Wiid, J., Sephapo, C.M.
(2016). Key Factors Influencing
Pricing Strategies for Small Business
Enterprises (SMEs): Are They
Important? *Journal of Applied Business
Research*, Vol. 32, 1737–1750.
 21. Adeyeye, P.O., Azeez, B.A.,
Aluko, O.A. (2016). Determinants of
Small and Medium Scale Enterprises
Financing by the Banking Sector in
Nigeria: A Macroeconomic Perspective.
*Investment Management and Financial
Innovations*, Vol. 13, 170–175.
 22. Akhmeduev, A.Sh., Rabadanova, K.A.
(2015). Innovatsionnye determinanty
razvitiya i konkurentosposobnosti
ekonomiki regionov Severnogo
Kavkaza (Innovative determinants
of development and competitiveness
of the economies of the regions of
the Northern Caucasus). *Vestnik
Dagestanskogo gosudarstvennogo
universiteta. Seriya 2: Obshchestvennye
nauki (Herald of Dagestan State
University. Series 2. Societal Sciences)*,
No. 5, 62–69.
 23. Akhmeduev, A.Sh. (2015). Problemy
i strategicheskie priority sotsial'no-
ekonomicheskogo razvitiya sub'ektov
Severo-Kavkazskogo federal'nogo
okruga Rossii (Problems and strategic
priorities of development of the subjects
of the North-Caucasian Federal District
of Russia). *Regional'naya ekonomika:
teoriya i praktika (Regional economics:
theory and practice)*, No. 34, 14–29.
 24. Vinokhodova, G.A., Likholetova, N.V.
(2015). Strategicheskoe planirovanie
sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya
regionov Yuga Rossii: problemy i
puti resheniya (Strategic planning
of socio-economic development of
the regions of the Russian South).
*Vestnik Taganrogskogo instituta
upravleniya i ekonomiki (Herald of the
Taganrog Institute of management and
economics)*, No. 1, 13–21.
 25. Latushko, N.A. (2014). Strategicheskiy
vektor regional'nogo razvitiya
Yuzhnogo federal'nogo okruga
(Strategic vector of the regional
development of the Southern Federal
District). *Sotsial'naya politika i
sotsiologiya (Social policy and
sociology)*, No. 3, 30–37.
 26. Akhmeduev, A.Sh. (2015). Problemy
i perspektivnye napravleniya razvitiya
malogo predprinimatel'stva v regione
(Problems and perspective directions of
development of small entrepreneurship
in a region). *Regional'naya ekonomika:
teoriya i praktika (Regional economics:
theory and practice)*, No. 40, 33–44.
 27. Abdulaeva, Z.Z. (2016). Razvitie
malogo predprinimatel'stva i
zanyatosti naseleniya v priorityetnykh
otraslyakh ekonomiki sub'ektov
SKFO (Development of small
entrepreneurship in the priority
branches of economy of the subjects
of the NCFD). *Regional'nye
problemy preobrazovaniya ekonomiki
(Regional problems of the economy
transformation)*, No. 1, 124–130.
 28. Babalyan, E.B. (2015). Tendentsii
sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya
Respubliki Adygeya i rol' malogo
biznesa v povyshenii ego ustoychivosti
(Tendencies of the socio-economic

- development of the Republic of Adygeya). *Vestnik Adygeyskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 5: Ekonomika (Herald of Adygeya State University. Series 5: Economics)*, No. 4, 83–88.
29. Baranovskaya, T.P., Vostroknutov, A.E., Kubrak, Yu.O. (2016). Otsenka razvitiya malogo biznesa Krasnodarskogo kraia i analiz problem ikh funktsionirovaniya i upravleniya (Evaluation of the small business development in the Krasnodar Region and analysis of problems of their functioning and management). *Politematicheskii setevoy elektronnyi nauchnyi zhurnal Kubanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta (Polythematic online electronic journal of Kuban State Agrarian University)*, No. 122, 1217–1232.
 30. Korobov, S.A. (2016). Strategicheskie napravleniya razvitiya malogo i srednego predprinimatel'stva v Volgogradskoy oblasti (Strategic directions of development of small and medium entrepreneurship in the Volgograd Region). *Regional'naya ekonomika. Yug Rossii (Regional economy. South of Russia)*, No. 2, 71–78.
 31. Loktionova, M.A. (2016). Razvitie malogo biznesa v Stavropol'skom krae (Small business development in the Stavropol' Region). *Vestnik SevKavGTI (Herald of the NCSTI)*, No. 3, 28–32.
 32. Marakhovskaya, G.S., Germanova, V.S. (2016). Osobennosti razvitiya malogo predprinimatel'stva v Stavropol'skom krae (Peculiarities of small entrepreneurship development in the Stavropol' Region). *Vestnik Severo-Kavkazskogo federal'nogo universiteta (Herald of the North-Caucasian Federal University)*, No. 6, 106–109.
 33. Meshcheryakova, Ya.V., Zhabina, S.B. (2016). Otsenka sostoyaniya predprinimatel'skoy sredy Volgogradskoy oblasti (Evaluation of the state of the entrepreneurship environment of the Volgograd Region). *Vestnik Astrakhanskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta. Seriya: Ekonomika (Herald of the Astrakhan State Technical University. Series: Economics)*, No. 2, 45–50.
 34. Nasybulina, V.P., Gar'kovenko, V.E. (2015). Razvitie malogo i srednego biznesa v Yuzhnom federal'nom okruge na sovremennom etape (Small and medium business development in the Southern Federal District on the current stage). *Sfera uslug: innovatsii i kachestvo (Service sphere: innovations and quality)*, No. 20, 9–12.
 35. Nebesskiy, V.D. (2016). Aktual'nye problemy uskorenno razvitiya malogo biznesa v regionakh Severnogo Kavkaza (Urgent problems of the forced development of small business in the regions of the Northern Caucasus). *Vestnik APK Stavropol'ya (Herald of the Stavropol's AIC)*, No. S3, 109–113.
 36. Samaeva, E.V., Kazakova, G.Ya., Mushaeva, D.S., Davaasuren, S.G. (2016). Vektor razvitiya malogo i srednego predprinimatel'stva v Respublike Kalmykiya (Vector of the small and medium entrepreneurship in the Republic of Kalmykia). *Ekonomika i predprinimatel'stvo (Economics and Entrepreneurship)*, No. 12-1, 1210–1213.
 37. Temirsultanova, L.A., Sal'murzaeva, I.D. (2017). Malyy biznes v Chechenskoy Respublike: ekonomicheskiy aspekt (Small business in the Chechen Republic: economical aspect). *Sovremennye tendentsii v*

- ekonomike i upravlenii: novyy vzglyad (Modern tendencies in economy and management: a new vision)*, No. 46-1, 50–57.
38. Illarionova, N.F. (2015). Tendentsii razvitiya malogo i srednego predprinimatel'stva v promyshlennosti regiona (Tendencies of small and medium entrepreneurship development in the regional industry). *Vestnik Donskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta (Herald of the Don State Agrarian University)*, No. 3-2, 24–29.
39. Ruban, D.A. (2015). Prostranstvennaya dinamika regional'noy innovatsionnoy aktivnosti v Rossii: analiz osnovnykh trendov (Spatial dynamics of the regional innovation activity in Russia: an analysis of the main trends). *Izvestiya VUZov. Seriya «Ekonomika, finansy i upravlenie proizvodstvom» (Proceedings of the HEEs. Series: Economics, finances and production management)*, No. 3, 42–47.
40. Ruban, D.A. (2017). Prostranstvennaya dinamika zatrat na tekhnologicheskie innovatsii kak vnutrenniy faktor postroeniya innovatsionnoy ekonomiki v Rossii (Spatial dynamics of expenses for technological innovations as an intrinsic factor of innovation economy building in Russia). *Novye tekhnologii (New technologies)*, No. 1, 93–97.

Information about the author

Ruban Dmitry Aleksandrovitch – Philosophiae Doctor, Candidate of Geological-Mineralogical Sciences, Associate Professor, Higher School of Business, Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia (344019, Rostov-on-Don, 23-ya liniya Street 43); e-mail: ruban-d@mail.ru.

Для цитирования: Рубан Д.А. Концентрация региональной активности малых предприятий в условиях инфляции // Вестник УрФУ. Серия экономика и управление. 2018. Т. 17, № 1. С. 52–70. DOI: 10.15826/vestnik.2018.17.1.003.

For Citation: Ruban D.A. Regional Activity Concentration of Small Enterprises in Conditions of Inflation. *Bulletin of Ural Federal University. Series Economics and Management*, 2018, Vol. 17, No. 1, 52–70. DOI: 10.15826/vestnik.2018.17.1.003.

Информация о статье: дата поступления 23 октября 2017 г.; дата принятия к печати 27 ноября 2017 г.

Article Info: Received October 23, 2017; Accepted November 27, 2017.